

ABSTRAK

Media sosial Twitter kini tidak lagi digunakan penggunanya untuk sekedar bertukar informasi dan komunikasi. Seperti yang dilakukan oleh kolektor *photocard* K-Pop yang memanfaatkan media sosial Twitter sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan aktivitasnya dalam mengoleksi *photocard*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *gratification sought* dan *gratification obtained* serta kesenjangan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* pada pengikut akun Twitter @lapakdeobi dalam pemanfaatan media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* menurut pandangan Papacharissi & Rubin (2000). Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan melakukan survei melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah kolektor *photocard* K-Pop yang merupakan pengikut dari akun Twitter @lapakdeobi dengan sampel sebanyak 400 responden yang dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil pada penelitian ini motif (GS) tertinggi adalah motif *seeking information* nilai skor rata-rata 3,69. Sedangkan motif terendah (GS) terdapat pada motif interpersonal utility dengan nilai skor rata-rata 2,55. Kepuasan (GO) tertinggi adalah motif *seeking information* nilai skor rata-rata 3,70. Sedangkan kepuasan (GO) terendah terdapat pada motif *interpersonal utility* dengan nilai skor rata-rata 2,69. Nilai selisih motif (GS) dan kepuasan (GO) secara keseluruhan mengalami peningkatan dengan selisih motif tertinggi *seeking information* dan *pass time* dengan nilai skor rata-rata 0,01. Sedangkan untuk selisih motif terendah terdapat pada motif *entertainment* dengan nilai skor rata-rata 0,19.

Kata Kunci: *Uses and Gratification, Gratification Sought, Gratification Obtained, Twitter, Photocard, K-Pop*